

Rezension: Doris Katheder: Mädchenbilder in deutschen Jugendzeitschriften der Gegenwart

Fraedrich, Eva

Veröffentlichungsversion / Published Version
Rezension / review

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
Verlag Barbara Budrich

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Fraedrich, E. (2009). Rezension: Doris Katheder: Mädchenbilder in deutschen Jugendzeitschriften der Gegenwart. [Rezension des Buches *Mädchenbilder in deutschen Jugendzeitschriften der Gegenwart* : Beiträge zur Medienpädagogik, von D. Katheder]. *Diskurs Kindheits- und Jugendforschung / Discourse. Journal of Childhood and Adolescence Research*, 4(1), 139-141. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-334505>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more Information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

Doris Katheder: Mädchenbilder in deutschen Jugendzeitschriften der Gegenwart

Eva Fraedrich

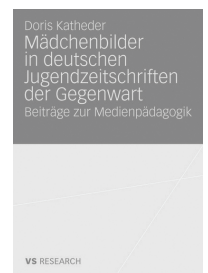


Eva Fraedrich

In Zeiten der mittlerweile stark digitalisierten Medienlandschaft scheint es auf den ersten Blick wenig einleuchtend, sich medienpädagogisch mit den offenbar veralteten Printmedien auseinanderzusetzen. Auf den zweiten Blick kann allerdings festgestellt werden, dass gerade Jugend- und Mädchenzeitschriften immer noch ein fest etablierter Bestandteil des von Jugendlichen rezipierten medialen Angebots sind, was unter anderem durch die methodische Annäherung an digitale Medien, sowie die einfache und kostengünstige Handhabbarkeit ihrer Rezeption erklärt werden kann. Somit liefert die Arbeit von *Doris Katheder* zu Mädchenbildern in deutschen Jugendzeitschriften der Gegenwart einen längst überfälligen und wichtigen Beitrag im Bereich der Medienpädagogik und ihrer Auseinandersetzung mit Medienkompetenz und Medienmündigkeit.

Der Untersuchung zugrunde gelegt sind vor allem Ergebnisse aus der kommunikationswissenschaftlichen Frauen- und Geschlechterforschung, sowie Anregungen aus Kultursemiotik, Bildwissenschaft, Soziologie, Erziehungswissenschaft und Kulturtheorie. Ausgehend von der Annahme, dass Mädchen- und Jugendmagazine nicht nur sozio-kulturelle Wandlungen widerspiegeln, sondern auch in diese eingreifen und dass sie als Schlüsselorte moderner Massenkultur gesehen werden können, werden die in den Zeitschriften integrierten Kommunikationskonzepte, mögliche Identifikationsangebote und normativen Reproduktionen und wie diese sich über Text- und Bildinhalte ausdrücken, näher beleuchtet.

Materialbasis der Forschungsarbeit sind deutsche kommerzielle Jugend- und Mädchenzeitschriften – darunter z.B. BRAVO GIRL!, MÄDCHEN oder BRIGITTE YOUNG MISS – sowie deutsche nicht-kommerzielle Jugend- und Mädchenzeitschriften. Während die Auswahl der Printausgaben der kommerziellen Zeitschriften stichprobenartig vorgenommen wurde, sollten die nicht-kommerziellen Zeitschriften ein möglichst vielfältiges Spektrum abbilden (GÖRLS, MAEDCHENANDERMAUS und THINGS ARE QUEER). Als methodische Grundlagen dienten die Qualitative Inhaltsanalyse mit deduktiv sowie induktiv entwickelten Kategoriensystemen als auch die Bildtheorie und Semiotik. Kernkategorie der Untersuchung war der Leitbegriff „Mädchenbild“, das sowohl auf biologisch konstituierte Geschlechtszugehörigkeit, gesellschaftliche Vorgaben als auch auf die subjektive Seite des Erlebens des weiblichen Hineinwachsens in eine sozial konstituierte Geschlechterrolle verweist. Während in den kommerziellen Zeitschriften die drei charakteristischen Präsentationsformate *Fotogeschichten* (Foto-Love-Stories), *Beratungsrubriken* und *Werbung* untersucht wurden, kamen in den alternativen Zeitschriften die Analysen aus dem Ge-



Katheder, Doris
(2008).
Mädchenbilder in
deutschen Jugend-
zeitschriften der
Gegenwart. Beiträge
zur
Medienpädagogik. –
Wiesbaden, VS
Verlag für Sozial-
wissenschaften,
347 S.
ISBN:
978-3-531-15940-9

samtmaterial zum Tragen. Sie wurden kontrastiv und komplementär den kommerziellen Mädchenzeitschriften gegenübergestellt.

Durch die Auswertungen konnte *Doris Katheder* zeigen, dass *Provinzialisierung*, *Romantisierung* und *Infantilisierung* der Protagonistinnen und ihrer Lebensverhältnisse wesentliche Momente des Genres Fotogeschichte sind. Über Inszenierungsstrategien werden beispielsweise männliche und weibliche Protagonisten stets geschlechterasymmetrisch dargestellt. Eine Gefahr sieht die Autorin hier vor allem in der unbewussten Übernahme von bestimmten Denk-, Wahrnehmungs- und Handlungsschemata, die durch die Zeitschriften via Dauerappell an die jugendlichen Rezipientinnen weitergegeben werden. Als weiteres Beispiel hierfür kann unter anderem die überhöhte Idealisierung von romantischen Liebesbeziehungen gesehen werden. Auf der Grundlage der extrem verkürzt und selektiv suggerierten jugendlichen Lebenswelten vereinen die Fotogeschichten in sich Sachgehalte, Schönheitsauffassungen, sinnliche Gestaltungen und ideelle Bedeutungen, die eine Realitätsverschleierung implizieren und dabei größtmögliches Identifikationspotential bieten.

Für die Beratungsrubriken gilt als wichtigster Aspekt wiederum die Bedürfnisbefriedigung der Ordnung des jugendlichen Lebens durch rationalisierten Umgang mit Leidenssituationen wie Liebesbeziehungen, Sexualität u.ä. Indem die Zeitschriften diese typischen Unsicherheiten und Zweifel der Rezipientinnen (z.B. mithilfe der romantisierenden Foto-Geschichten) schüren, legitimieren sie auf der anderen Seite ihre Beratungsangebote immer wieder neu.

Für das dritte untersuchte Genre gilt: die Mädchen- und Jugendzeitschriften sind vielfach von Werbung durchdrungen. Redaktionelle Inhalte und Produktinformationen sind teilweise kaum voneinander zu unterscheiden, da sie sich wechselseitig an ihren Themen, Motiven und Symbolen bedienen. Das aus diesen Analysen entwickelte Konzept der „osmotischen Werbung“ beschreibt die enge Verschränkung von inhaltlichen und formalen Beziehungen.

Durch die in der Forschungsarbeit erstmals in Zusammenhang analysierten Präsentationsformate *Fotogeschichten*, *Beratungsrubriken* und *Werbung* konnte die Autorin umfangreich belegen, in welcher enger inhaltlicher wie auch ästhetischer Wechselbeziehung diese zueinander stehen – und sich dabei *intern* (Beratungsangebote antworten den durch die Fotogeschichten geschürten Ängsten und Unsicherheiten mit Rationalisierung und Re-Romantisierung) wie auch *extern* (kommerzielle Zeitschriften sowie deren Leserinnen und Leser stehen im Kontext von ökonomischen und politischen Veränderungsprozessen, die vor allem durch Individualisierung und Rationalisierung gekennzeichnet sind) immer wieder neu legitimieren.

Die Untersuchung der nicht-kommerziellen Zeitschriften belegt einerseits die große Bandbreite an alternativen Themen jugendlicher Lebenswelten (Mädchenkultur, Schule, Berufsausbildung, Politik, Umweltschutz, usw.) im Kontrast zu ihren kommerziellen Konkurrenzangeboten – andererseits birgt gerade auch diese Abgrenzung nicht selten die Gefahr der Isolation und Marginalisierung.

Ausgehend von den Ergebnissen, die gezeigt haben, in welcher Weise gerade kommerzielle Mädchen- und Jugendzeitschriften gesellschaftliche Realitäten, Erwartungen und Lebensentwürfe wiedergeben und dabei vor allem konservative Geschlechterrollen und patriarchale Machtstrukturen festigen, steigen nach

Meinung der Autorin die Anforderungen an Eltern wie auch Pädagoginnen und Pädagogen, sich mit den Spannungsfeldern jugendlicher Lebenswelten auseinanderzusetzen. So gesehen leistet das Buch einen wichtigen Beitrag zu einer medienpädagogisch-kritischen Analyse, deren Aufgabe, die sozialen, häufig verborgenen Absichten der hier untersuchten Printmedien klar herauszuarbeiten, als gelungen angesehen werden kann. Darüber hinaus plädiert *Doris Katheder* auch für eine stärkere Etablierung der nicht-kommerziellen Jugendmedien in Hinblick auf deren Möglichkeiten gelebten demokratischen Handelns. „*Mädchenbilder in deutschen Jugendzeitschriften der Gegenwart*“ ist auf jeden Fall ein sehr empfehlenswertes Buch für alle, die sich mit Frauen- und Geschlechterfragen befassen aber auch für jene, die sich im medienpädagogischen Bereich mit emanzipativer Medienkompetenz auseinandersetzen wollen.